

国家社会科学“九五”规划基金项目

中国政府形象战略

(下册)

主 编	胡宁生	
副主编	张成福	周志忍
	张 勤	马敬仁
	胡建生	

中共中央党校出版社
·北 京·

目 录

第七章 廉政建设与政府形象	(747)
引 言	(747)
1. 腐败的本质	(747)
2. 腐败对政府形象的损毁	(751)
3. 本章内容结构	(758)
第一节 腐败现象分析	(760)
1. 政府腐败的历史回顾	(760)
2. 政府官员腐败的特点	(773)
3. 腐败的表现形式	(790)
4. 腐败的原因分析	(797)
第二节 中国政府的反腐败斗争	(820)
1. 1982 年的打击经济犯罪活动与中国政府 反腐败的初步成就	(820)
2. 中国政府反腐败再掀高潮	(824)
3. 中国政府加大反腐败力度	(829)
第三节 反腐败的战略思考	(835)
1. 市场战略	(836)
2. 政治战略	(847)
3. 文化战略	(861)
4. 社会公众参与战略	(875)

第四节 反腐败的政策设计	(886)
1. 反腐败的立法	(886)
2. 有效地行使法律	(895)
3. 建立预防性的监督机构	(903)
4. 权力结构的制约	(910)
 第八章 政府绩效与政府形象	(920)
引 言	(920)
1. 政府绩效与绩效管理	(920)
2. 绩效管理与政府形象的塑造	(925)
3. 本章内容结构	(934)
第一节 绩效管理的基本程序	(935)
1. 绩效管理过程、特点及作用机制	(936)
2. 绩效协议与绩效计划	(948)
3. 持续性的绩效管理	(980)
4. 正式的绩效评估	(992)
第二节 公共组织绩效评估	(1006)
1. 公共组织绩效评估的历史与现状	(1007)
2. 公共组织绩效评估与政府形象的塑造	(1016)
3. 绩效示标——绩效评估的基本元素	(1030)
4. 绩效评估的主要内容	(1041)
5. 绩效评估要注意的几个问题	(1080)
第三节 社会服务承诺制度	(1085)
1. 社会服务承诺制的历史和现状	(1086)
2. 社会服务承诺制度的作用机制	(1093)
3. 服务承诺的范围与基本内容	(1108)

- 4. 社会服务承诺中的践诺机制 (1125)
- 5. 完善社会服务承诺制度的几点理论思考 (1139)

第九章 危机管理与政府形象 (1159)

引 言 (1159)

- 1. 什么是危机或危机状态? (1159)
- 2. 政府危机管理与政府形象的关系 (1162)
- 3. 本章内容结构 (1169)

第一节 危机状态的基本分析 (1172)

- 1. 危机状态的分类和进程 (1172)
- 2. 危机发生的原因 (1182)
- 3. 影响危机进程与程度的因素分析 (1191)
- 4. 危机的结果与影响;其作用与反作用 (1208)

第二节 政府反危机战略与危机管理体制 (1218)

- 1. 从社会问题上上升到危机问题 (1219)
- 2. 政府的危机意识与危机管理战略 (1224)
- 3. 政府危机管理体制 (1239)

第三节 政府对危机的监测和控制 (1249)

- 1. 政府对危机的早期预测和监控 (1250)
- 2. 危机状态下政府政治权威的强化及其
社会动员 (1258)

- 3. 政府的危机决策 (1269)

- 4. 危机平息后恢复期内政府的社会管理 (1279)

第四节 危机状态下的政府权力与公民权保障 (1286)

- 1. 政府的危机管理权 (1288)
- 2. 危机状态下的公民权保障 (1305)

第十章 政府公共关系与政府形象	(1322)
引 言	(1322)
1. 政府公共关系的内涵	(1323)
2. 政府公共关系的特性	(1323)
3. 公共关系的基本要素	(1325)
4. 本章内容结构	(1326)
第一节 政府公共关系塑造政府形象的要素与渠道	(1328)
1. 政府公共关系的基本要素	(1328)
2. 政府公共关系要素对政府形象塑造的影响	(1329)
3. 政府公共关系塑造政府形象的渠道	(1333)
第二节 政府公共关系塑造政府形象的过程	(1339)
1. 调查研究	(1340)
2. 拟定计划	(1348)
3. 策动传播	(1355)
第三节 政府公共关系塑造政府形象的原则	(1364)
1. 共同利益原则	(1364)
2. 真实公开原则	(1367)
3. 科学指导原则	(1371)
4. 整体统一原则	(1376)
第四节 政府公共关系机构与政府形象塑造	(1381)
1. 政府公共关系机构的设置	(1381)
2. 政府公共关系机构的目标管理	(1391)
3. 政府公共关系人员的素质	(1399)
第五节 政府内部公共关系与政府形象塑造	(1405)

1. 政府内部公共关系的特征	(1405)
2. 政府内部公共关系的任务	(1410)
3. 政府机关行政工作中的公共关系	(1417)
4. 政府内部员工的公共关系	(1423)
5. 掌握政府内部公共关系中的“度”	(1426)
第六节 政府外部公共关系与政府形象塑造	(1428)
1. 政府与政党的公共关系	(1429)
2. 政府与其他政治组织的公共关系	(1433)
3. 政府与经济、文化组织的公共关系	(1439)
4. 政府与社会团体、个体公众的公共关系	(1443)
5. 反馈、报告、评价	(1449)
第七节 政府国际公共关系与政府形象塑造	(1453)
1. 政府国际公共关系的涵义	(1453)
2. 政府国际公共关系的特点和原则	(1462)
3. 政府国际公共关系的传播与技巧	(1465)
第十一章 当代政府形象的战略实现	(1474)
引 言	(1474)
1. 渴望理想政府	(1474)
2. 企求政府形象的战略实现	(1475)
3. 政府形象建设要纳入政府总体目标体系	(1475)
4. 本章内容结构	(1475)
第一节 政府形象建设的现实环境和战略目标 ...	(1476)
1. 政府形象战略实现的一般理论框架	(1476)
2. 中国政府形象重塑的现实环境	(1486)
3. 中国政府形象建设的战略目标	(1496)

第二节 政府形象战略实现的手段和方法	(1501)
1. 政府形象调查——对形势的把握	(1502)
2. 政府形象导入——战略实现的基本途径	(1517)
3. 政府形象导入测评——战略效果评估	(1527)
第三节 政府形象建设的组织保障	(1536)
1. 设立政府形象建设专职机构的必要性及 设想	(1536)
2. 人员素质及其培训	(1540)
后 记	(1546)

Content

Chapter Seven The Building of an Honest and Clean Government and Government Image

Introduction

1. The Nature of Corruption
2. The Damage to Government Image Done by Corruption
3. *The Structure of the Chapter*

Section One An Analysis of the Phenomenon of Corruption

1. A Historical Review of the Corruption of a Government
2. The Characteristics of Corruption of Government Officials
3. The Various Forms of Corruption
4. An Analysis of the Causes of Corruption

Section Two The Anti-corruption Struggle

of Chinese Government

1. The Cracking of Economic Criminal Activities in 1982 and the Preliminary Achievement of Anti-corruption by Chinese Government
2. A New Tide of Anti-corruption Initiated by Chinese Government
3. The Chinese Government Strengthens the Dynamics of Anti-corruption

Section Three A Strategic Reflection of Anti-corruption

1. Market Strategy
2. Political Strategy
3. Cultural Strategy
4. The Strategy of Public Participation

Section Four The Policy Design of Anti-corruption

1. Legislation of Anti-corruption

Law

2. Effective Application of Law
3. Establishment of Preventive and Supervisory Organs
4. Checks on Power Structure

Chapter Eight Achievements of Government and Government Image

Introduction

1. Achievements of Government and the Management of the Achievements
2. Management of Achievements and Molding of Government Image
3. The Structure of the Chapter

Section One The Fundamental Procedure in the Management of Achievements

1. The Process, Characteristics and Mechanism of the Management of Achievements

2. Achievement Agreement and Achievement Program
3. Sustaining Management of Achievements
4. Official Evaluation of Achievements

Section Two Evaluation of Achievements by Public Organizations

1. The History and Present Condition of Evaluation of Achievements by Public Organization
2. Evaluation of Achievements by Public Organization and the Molding of Government Image
3. The Indicators of Achievement—the Fundamental Factors in Evaluating Achievements
4. The Main Contents of Achievements Evaluation
5. Several Points to be Given Notice in Achievements Evaluation

Section Three the Promise System in Social Service

1. The History and Present Condition of Promise System in Social Service
2. The Mechanism of Promise System in Social Service
3. The Scope and Fundamental Contents of Promise in Social Service
4. The Mechanism of Keeping Promise in Social Service
5. Several Theoretical Reflections on the Perfection of Social Service Promise System

Chapter Nine The Management of Crisis and Government Image

Introduction

1. What is Crisis and Critical Condition?
2. The Relationship between Crisis Management by Government and Government Image

3. The Structure of the Chapter

Section One The Fundamental Analysis of Critical Condition

1. The Classification and Process of
Critical Condition
2. Causes of Crisis
3. Analysis of Factors Influencing
the Process and Degree of Crisis
4. Result and Influence of Crisis, Its
Effect and Counter-effect

Section Two The Government's Strategy against Crisis and Crisis Manage- ment System

1. From Social Problem to Crisis
Problem
2. Government's Crisis Conscious-
ness and Crisis Management
Strategy
3. Government's crisis Management
System

Section Three Government's

Supervision and Control of Crisis

1. The Early Prediction, Supervision and Control of Crisis by Government
2. The Strengthening of Political Authority of Government under the Condition of Crisis and Its Social Mobilization
3. Government's Crisis Decision
4. Government's Management of Society during the Period of Convalescence after the Crisis is Over

Section Four The Government's Authority and the Guarantee of Civil Rights under Crisis

1. Government's Right of Management under Crisis
2. The Guarantee of Civil Right under Crisis

Chapter Ten Government Public Relation and Government Image

Introduction

1. The Connotation of Government Public Relation
2. The Characteristics of government Public Relation
3. The Fundamental Factors of Public Relation
4. The Structure of the Chapter

Section One The Factors and Channels of Public Relation in the Molding of Government Image

1. The Fundamental Factors of Government Public Relation
2. The Impact of the Factors of Government Public Relation in the Molding of Government Image
3. The Channels through which the Government Public Relation Molds the Government Image

Section Two The Process of Molding Government Image By Government Public Relation

1. Investigation and Study
2. Design of the Program
3. Propaganda

Section Three The Principles Guiding the Molding of Government Image by Government Public Relation

1. The Principle of Common Interest
2. The Principle of Honesty and Publicity
3. The Principle of Scientific Guidance
4. The Principle of Integrity

Section Four The Public Relation Institute and the Molding of Government Image

1. The Setting up of Government Public Relation Institute